

Estils

En qui confiem a internet?

En un entorn ple de desconeguts i productes que no experimentem directament es creen mecanismes per manufacturar la confiança



GETTY

NEREIDA CARRILLO
BARCELONA

La web informa que la samarreta està disponible en totes les talles. ¿Donem crèdit a la qualitat de la tela? La fotografia del restaurant mostra un plat de xai ben decorat. ¿Com sabem que la ració serà generosa i el servei, atent? I a l'aplicació de cites, una persona ens proposa d'anar a fer un cafè. ¿Serà amable? ¿Ens podem arriscar a quedar-hi? Els negocis, el lleure, les relacions personals i molts altres aspectes de la vida passen per la xarxa, un escenari on els codis tradicionals de la confiança no serveixen. Com et pots refiar d'algú que no coneixes? Com pots valorar un producte que no veus? La confiança, com molts altres aspectes, s'ha digitalitzat. I amb això sorgeix el repte de crear nous mecanismes que ens permetin relaxar-nos i lliurar-nos als altres.

“En la vida presencial tenim nas per saber en qui hem de confiar, quan i per què”, afirma Liliana Arroyo, doctora en sociologia, investigadora sobre transformació digital i coordinadora de l'estudi *Confiados y confiables. La fabricación de la confianza en la era digital*. Però aquestes afirmacions, afirma la sociòloga, no està entrenat per funcionar a internet. La recerca assenyalava que, a la xarxa, la confiança no es dona de manera es-

pontània, sinó que cal una actitud proactiva per tal de fomentar-la. Es fa a través de rànquings, informació detallada, imatges i tota una sèrie de mecanismes que, segons Arroyo, s'han creat per “manufacturar la confiança”. És el que el tecnòleg Nick Grossman anomena “arquitectura de la confiança”.

Per a Javier Velilla, expert en màrqueting digital i soci de la consultora Comuniza, en internet només hi confiem en última instància: “La primera confiança la tenim sobre la nostra pròpia experiència. La segona, sobre la gent amb un estil de vida similar al nostre. I la tercera, en situacions d'incertesa, acostuma a ser fer una cerca a Google, que és molt cruel”. Velilla assegura que ha passat l'època de confiar a cegues en tot i tothom a la xarxa. De fet, aquest expert apunta que cada cop confiem menys, i no només en internet. El mateix diagnòstic fa l'Edelman Trust Barometer 2017, que assenyalava que vivim una crisi de confiança. La recerca estableix que en 20 dels 28 països estudiats ha crescut, per exemple, la desconfiança cap a les institucions.

Necessitem confiar

Si bé sospitem més quan comprem un producte en línia o fem transaccions a la xarxa per compartir cotxe o intercanviar casa, paradoxalment això no passa en les relacions de parella digitalitzades. Així ho ex-

Diferències
En la vida presencial tenim nas per confiar, però a internet no ens serveix

Informació
Confiem en perfils molt transparents, amb molts detalls que tranquil·litzen

plica Mireia Cabero, professora de psicologia de la UOC i experta en psicologia social. Mentre que en el món físic necessitem temps per confiar en els altres, Cabero assenyalava que, a la xarxa, “les relacions humanes s'acceleren de tal manera” que ens podem posar “en mans dels

La confiança viu hores baixes

Diversos estudis certifiquen que la confiança no viu un moment dolç. Augmenten els recels cap a institucions, mitjans, xarxes socials i altres actors de la vida pública.

● **Un 67% desconfia del sistema**
Segons l'Edelman Trust Barometer 2017, el 53% dels enquestats consideren que el sistema està fallant, una xifra que s'eleva fins al 67% en el cas d'Espanya.

● **Un 51% confia en les notícies**
Segons el Digital News Report de l'Institute Reuters, la meitat dels espanyols no es creuen les notícies.

● **Un 24% té una bona opinió de les xarxes**
L'estudi de l'Institut Reuters apunta que només un 24% dona crèdit a les xarxes, és a dir, creu que separen bé fets i ficció.

altres amb molta més rapidesa”. “A internet confiem segons la necessitat que tenim de confiar en l'altre, no segons el que l'altre ens demostra”, afegeix la psicòloga.

Perfils amb molts detalls

Si no ens serveix l'experiència pròpia o el coneixement personal, quins codis fem? En qui confiem, a la xarxa? “Confiam en perfils en què hi ha molta transparència, molts detalls, i aquests detalls ens ressonen a coses que ja coneixem”, explica Arroyo. Així, els ingredients que cuinen la tranquil·litat *online* són una informació detallada i fidedigna a les webs i els perfils de xarxes socials; comentaris i opinions positives de desconeguts que s'assemblen a nosaltres, i també les interaccions d'una comunitat digital que es genera al voltant d'un tema o un interès comú.

Per tal d'aconseguir que un internauta llogui el teu apartament, comparteixi cotxe amb tu o aposti pels productes que algú ven *online*, cal cuidar la identitat que s'ofereix a internet. L'anonimat d'èpoques inicials ha donat pas a una informació personal i social molt detallada per inspirar bones vibracions. “Cal que els perfils siguin nominals, que hi hagi foto i que, a més, aquests perfils estiguin vinculats a xarxes socials, cosa que ens permet comprovar qui són els amics d'aquesta persona, quin tipus de fotografies penja i si hi

ha un conegut nostre entre la seva xarxa”, afegeix Arroyo.

Per a la sociòloga aquests mecanismes, com ara les recomanacions de LinkedIn, les valoracions de TripAdvisor o els likes de Facebook, determinen una reputació digital que resulta clau, però que també està fomentant el control social. Segons Arroyo, mentre s’acusa Google o la companyia de Zuckerberg de ser el Gran Germà, “en realitat som nosaltres mateixos els que fem de controladors”. I afegeix: “S’està creant un estat d’opinió al voltant del que està bé, del que s’espera, del que és ser feliç, del que és una vida xula. Tothom intenta complir amb l’estàndard”.

Massa cruels amb els altres

Velilla discrepa d’Arroyo i indica que la reputació digital és un concepte en hores baixes que cada cop preocuparà menys. “La reputació cada cop tindrà menys pes, perquè pressuposem que ningú en té. La gent és massa cruel amb els altres”, afirma el soci de Comuniza. A més dels comentaris sagnants i poc justos, aquest expert en comunicació digital també identifica un altre element que està devaluant la reputació: el postureig. “Quan tothom sobreactua, cap element de reputació és creïble”, afirma Velilla. Segons aquest expert, aquest canvi ja s’està produint amb els més joves, que no es preocupen tant per l’històric a les xarxes i que utilitzen eines efímeres que fan desaparèixer el contingut. “La reputació serà una cosa molt més líquida, menys fixa; no et perseguirà tant. I hi haurà algoritmes correctors”, pronostica Velilla.

A internet, com a la vida real, la confiança no dura eternament. De vegades es trenca el vincle que hi ha amb l’altre, amb un producte o amb una marca. Per a la sociòloga, la reputació també es pot truncar; actes reprovables o comentaris negatius poden acabar generant una estela negativa a una persona o un producte. I un cop això passa, és difícil de capgirar. “Per netejar la mala reputació a la xarxa necessites molt de temps, molts diners i un esforç molt intens. No és a l’abast de tothom”.

La reputació digital té mecanismes amb implicacions diferents a la xarxa. I la desconfiança? A la xarxa, ¿és més gran o més petita que a la vida física? ¿De qui desconfiem a internet? Segons Arroyo, “estem traslladant les discriminacions *offline* també a l’entorn *online*”. Malgrat les promeses de més democràcia, a la xarxa, com a la vida real, es continua marginant per motius de raça, orientació sexual o nivell d’ingressos. Arroyo remet a un estudi sobre Airbnb que afirmava que “si tens un nom afroamericà tens menys possibilitats que et lloguin l’apartament i, a més, et pagaran menys”. No és l’únic cas. De vegades la discriminació és en els algoritmes. Per evitar situacions com aquestes Arroyo aposta per una cocreació de la tecnologia i les xarxes amb usuaris, que així no se sentiran exclosos. ■